从“纸”出发 融创未来
——浅析赣南日报推动媒体融合发展的创新实践

胡 中
（赣南日报社，江西 赣州 341000）

摘 要：随着“5G”时代的到来，大数据等技术的日臻成熟，传媒市场也将释放新一波红利，迎来新一轮变革。社会效益和盈利能力的综合考量，将成为媒体融合的未来状态。传统媒体守初心，担使命，谋发展，在创新融合之路上步履铿锵，任重道远。本文以中共赣州市委直属事业单位赣南日报社为例，浅析党报的融合发展之路。

关键词：党报；深化改版；实时推送；社会效益；经济效益　　**中图分类号：**G220.7　　**文献标识码：**A
文章编号：1671-0134（2021）03-102-03　　**DOI：**10.19483/j.cnki.11-4653/n.2021.03.028
本文著录格式：胡中 . 从“纸”出发 融创未来——浅析赣南日报推动媒体融合发展的创新实践 [J]. 中国传媒科技，2021（03）：102-105.

1. 信息传播的挑战和机遇

传统媒体是相对于近二十多年来新兴起的新媒体而言的、传统的、大众的信息传播方式，主要包括报纸、杂志、电视、广播等，是数百年来大众获得公共信息的主要模式。然而，随着数字计算机、网络通信以及移动通讯智能终端三大技术的高速发展，移动智能终端日益成为获取信息的主流渠道。包含党报在内的各类报刊、网络、杂志、广播、电视等广义上的传统媒体未来何去何从，成为近年来社会热议的话题。

1.1 先天不足

传统媒体主要是通过声音、图像、文字来传播信息，且传统媒体无论是报纸还是电视、广播都有时间和空间的局限性，即信息的传播是单向的。通俗而言，就是信息向受众传播时，受众只能被动接收信息，而不能主动对收到的信息做出即时反馈，所以受众原来只能“看报纸、看电视、听广播”。传统媒体需要通过报纸、电视、广播等媒介来传播信息，而受众获得这些媒介需要付出较高的时间和空间代价，较多的碎片化阅读更适应现代人快的生活节奏。

1.2 巨大挑战

1.2.1 传统受众流失

近年有研究数据显示，大量阅读在线电子新闻的用户对传统媒体失去兴趣，传统受众的流失，导致电视、广播、报纸的收视、收听率和购买率持续下降。

1.2.2 资讯版权难保

受众既可以是纯粹的受众，又可以是信息制作者和发布者。这一新媒体发展趋势使传统媒体上的资讯随时随地可能直接被“使用”。因此，受众的即时“拿来主义”的自媒体效应，对传统媒体的传播质效有着直接影响。

1.2.3 传播方式变革

现在用户最多、传播影响最大的是移动智能网络终端，依托于此形成的“移动端新媒体”，打破了一直以来受众依靠报纸、广播、电视等主流传统媒体的传播格局。

1.2.4 广告收益减少

传统媒体的传播模式决定了信息传播成本的居高不下。然而，因为传统受众的流失，市场和客户的广告投入也同比减少，直接导致传统媒体的广告收益下跌。

1.3 新的机遇

1.3.1 政策机遇

近年来移动互联网新媒体对传统媒体的冲击越来越猛烈，也为传统媒体的发展创造了机遇。抓住政策和技术的重大机遇，成为决定媒体创新融合成效的关键。

1.3.2 人才机遇

日新月异的技术变革，让媒体从业人员的工作机制与模式正潜移默化发生改变。改变新闻报道理念，改变信息获取途径，改变采访报道形式，改变新闻发布模式，甚至促使传统媒体从业人员向新媒体领域汲取新技能的改变。[1]

1.3.3 商业机遇

传统媒体一直在体制内发展，机制、制度、资源分配均有既定的模式和按部就班的运作。新媒体的生产和传播特点，打破了原有的商业模式。社会效益和盈利能力的综合实力大比拼，让传统媒体市场化发展迎来创新机遇，其主流品牌地位和信息获取优势，让一切未知皆有可能。

2. 新媒体的优势与冲击

2.1 资源优势

2.1.1 个性化突出

新媒体互动性强，选择性多。新媒体既可以向受众主动推送信息，受众也可以定制自己需要的信息。

2.1.2 形式感丰富

新媒体可以将文字、音频、视频、图像等素材融为

一体，使信息传播更加贴合场景。

2.1.3 实时性推送

与传统媒体相比，只有新媒体才能做到无时间限制，随时加工发布和推送。

2.1.4 无止境传播

与传统媒体相比，只要满足计算机条件和网络条件，新媒体信息可以向全世界各个角落推送和传播，也可以通过受众的主动检索获得。

2.2 生产瓶颈

首先是新媒体信息的生产缺乏类似传统媒体上所具有的“系统监管”。导致部分新媒体上经常出现低俗的内容、虚假的信息等问题，也导致新媒体传播的信息缺乏公信力；其次是新媒体的传播特点导致涉及版权的资讯维权更加困难，因为侵权成本低，而维权则需要耗费大量的时间和金钱；第三是众多新媒体平台没有建立自身的赢利模式。[2]

2.3 创业趋势

2019 年，字节跳动推出了一款基于年轻人的短视频社交平台——抖音，拉开了新媒体创业领域的新里程碑。首先是流量。即新媒体平台要有足够的粉丝量，且这些粉丝是基于平台的实际传播效果形成的，这需要有效解决新媒体存在的主要问题。抖音做到了，截至 2020 年 6 月抖音已有约 4 亿的活跃用户，其中有超过 46 万个家庭在抖音拍摄过全家户视频。其次是赢利模式，任何事物只有建立了好的赢利模式，才能生存和发展。过去五年各大新媒体平台在抢夺用户及用户的时间，而未来五年是各大平台开始做在线支付、流量转化、产品变现的五年，将形成自身的赢利模式。

3. 融合发展的壁垒和趋势

顺应新闻传播新变化、媒体融合发展新趋势，改善阅读体验，做强主流舆论，[3] 服务中心大局，传统媒体和新媒体的融合发展势在必行。

3.1 打破壁垒

3.1.1 未来工作重点

媒体融合需要行业乃至社会共同配合完成的事业。截至 2019 年 12 月，我国手机智能终端活跃用户超过 9 亿，每天至少花 3–5 个小时的时间在看手机，智能手机已成为人们融入社会的主要工具，即受众的迁移决定了我们传统媒体的工作重点在于与新媒体融合发展。

3.1.2 一个系统工程

技术进步只是媒体融合的技术基础，还会涉及机制、制度、资源分配方式等。传统媒体经过近百年的发展，已形成了完整的、系统的机制和制度以及资源分配方式，而新媒体作为新兴的媒体传播方式，原来的机制、制度、资源分配方式必须改变，亟需建立一套全新的、适宜的系统，即以业务为导向，通过机构重组的方式打破部门壁垒、整合资源。

3.1.3 充分发挥优势

媒体融合是从物的融合到人的融合。媒体融合需要发挥传统媒体和新媒体各自的优势，打造“四全媒体”是一个互融互通，相互影响又不可分割的整体。 在媒体融合时代，报刊尤其是党报，普遍存在舆论引导手段多样性不够、针对性不强的问题。新闻工作者坚持守正创新，如何锤炼“四力”，成为业内的全员思考。面对 5G、人工智勇和媒体融合发展的新趋势，构建网上网下一体，内宣传宣联动的主流舆论格局，[4] 不断增强脚力、眼力、脑力、笔力，努力成为全媒型、专家型人才，打造集权威资讯、智慧服务、社交互动等多功能于一体的情境式沉浸式体验型融媒体，迫在眉睫，任重道远。

3.2 协调发展

“加快媒体与 AI 技术的融合，提高融媒体的生产力，推动人机协调发展。”是媒体创新发展的时代要求。通过大数据技术的日臻成熟和广泛应用，“万物实现互联”的梦想成为千家万户指尖的体验，给受众个体推送个性化的内容，实现融媒体产业和大数据技术有机融合，从而给受众带来全新的世界。

3.3 嫁接产业

媒体平台的本质是提供信息服务。媒体融合则实现了服务的无限可能。媒体融合可以无限可能嫁接内容、平台和产业，通过大数据向受众提供内容服务。[5] 融媒体时代，往往在内容服务的背后带着产业服务，包括政务、民生、生活、娱乐等产业链，共同形成一个生态圈。

4. 赣南日报的融合与创新

全心全意为人民服务的宗旨，具体体现在用户思维。当前，媒体融合发展呈现出平台化、移动化、智能化趋势。包含党报在内的各类传统媒体需要取长补短，走与新媒体共生共荣的媒体融合发展之路。

4.1 坚守受众服务意识

赣南日报创刊 70 多年以来，坚持“政治家办报”原则，坚守受众服务意识，遵循互联网逻辑，紧贴市委市政府中心工作和新时代读者的阅读亲需求，优化版面和栏目设置，创新平台和渠道，与时俱进，革故鼎新。2015 年 1 月，赣南日报成立新媒体中心，开始运营两报微博和微信公众号；2016 年 9 月，赣南日报社推出综合类新闻客户端“前端”；2018 年 2 月，赣南日报成立影音新闻部，转型打造视频拍摄制作团队；成为江西省设区市最早开启媒体融合之路的党报之一。

4.2 构建全息媒体矩阵

2020 年，赣南日报新媒体编辑部创新思维、抓住机遇、推出了大量丰富鲜活的内容。数据统计显示：两报微信 100 余篇作品超过 10 万阅读量，新媒体平台总阅读、播放量突破 10 亿人次，创历史新高；赣南日报四大短视

频平台达到400万粉丝，新媒体矩阵总粉丝突破600万大关；赣南日报微信入选2020年江西媒体微信10强，赣南日报抖音入选“江西十大抖音”。2020年以来，赣南日报头条号、抖音号活跃度高，在全国党报排名靠前。2020年1月赣南日报新媒体代表还受邀在全省就如何打造正能量爆款融媒体产品进行了经验分享。

4.2.1 探索互动全息报道

2020年，赣南日报新媒体充分运用融媒体技术，在全省率先推出全息报纸，凸显二维码互动效应，推出全息报道。全息报纸将赣南日报的版面和数十个图文、音频、视频、动漫、H5融为一体，读者扫描二维码后，既有视频直观体验，又有新媒体技术的互动，为读者献上了一场集图文、音视频、H5、VR全景等丰富网络科技元素的报道，带广大读者从平面纸媒进入不一样的全息世界。赣南日报全息报纸的打造，把赣南日报这一传统纸媒有限的平面空间拓展为广阔的全息空间，极大丰富和提升了用户体验，创新了主流媒体重大主题宣传报道的新模式，让新闻呈现更为立体，传播的呈现形式愈加多元。

4.2.2 持续打造精品栏目

2020年以来，赣南日报在融媒体矩阵上持续专注品牌打造，开创了一批群众喜闻乐见的精品栏目。为进一步加强互联网内容建设和阵地建设，赣南日报与赣州市委网信办联合开展了“赣州新媒体传播力排行榜”发布，旨在衡量赣州网络媒体传播力水平，推进互联网+政务服务，不断提高政务新媒体的传播力、服务力和互动力。创新举措生产的融媒体作品和品牌得到了受众的欢迎，也赢得了党委和政府等主管部门的肯定。

4.2.3 加强内部管理培训

2020年，赣南日报严格落实导向管理全覆盖要求，坚持新媒体与传统媒体一个标准、一把尺子、一条底线，把坚持正确舆论导向贯彻落实到新媒体各平台中。规范新闻标题的制作，加强新闻题材的研判，完善内容审核把关制度，明确审核把关重点和环节。严格执行“24小时”指令接收制，强化新媒体宣传指令群的调度，完善指令落实反馈机制，不断提高新媒体的品牌影响力。

4.3 改革创新融合发展

4.3.1 媒体的融合

为顺应受众的转移，赣南日报与集团集下都市类纸媒赣州晚报进行了媒体与媒体之间的融合。传统媒体报刊部分，赣南日报与赣州晚报合二为一；新媒体部分，分别推出赣南日报微信公众号和赣州晚报微信公众号，以及微博、抖音、客户端App等八大新媒体矩阵。

4.3.2 人才的融合

近年来，赣南日报建章立制，创新实践，在江西省内率先尝试打造能打硬仗、一专多能的全媒体采编队伍。赣南日报在编辑中心设立“新媒体编辑部”和“前端新闻编辑部”，以全媒体思维开始从“纸端”到“纸端”的新闻产品编辑团队转变；同时，赣南日报在采访中心设立了“影音新闻部”，从原有摄影记者、文字记者队伍里培训产生短视频新闻记者，打造集采访、拍摄、后期于一身的采编播全媒型记者队伍。

4.3.3 用户的融合

“受众在哪，我们的工作重点就在哪。”赣南日报通过八大新媒体矩阵传播渠道，全覆盖目标受众，为赣州市委市政府占领主流舆论渠道奠定了坚实的基础。从“相加”到“相融”，媒体融合的重中之重在于用户的融合。以用户真实需求为导向，制作内容鲜活、丰富的产品方能永葆生命力。2018年以来，有许多坚持有看报习惯的读者已经发现，纸质版赣南日报上的重点新闻报道后面，不时会附上一个小小的二维码。用户对哪篇新闻有更多的兴趣，可以跳出原有版面受限思维，用手机扫一扫二维码，进行更为详尽的深度延伸阅读。这个延伸阅读是媒体融合和用户融合的集大成展现。扫码后，可以看见不受版面限制的图片、文字、视频等各种展现形式的鲜活内容，用户想知道的应有尽有，享受私人定制信息资讯的即时体验感和互动感。赣南日报完成了一批视频作品、全景VR产品，在各个重大题材报道、热点事件关注、传统节日氛围营造等方面，尝试在优酷、腾讯视频、抖音等平台制作发布短视频和进行现场直播，取得了良好传播效果和社会反响。

4.3.4 技术的融合

媒体融合只有起点，没有终点。在推进媒体融合进程中，赣南日报不断强化移动优先思维，以深化改版为抓手，推进技术平台革新新闻采编播发流程的建设，分解落实任务到人，实现内外兼顾，逐步形成“一次采集，多次生成、多元发布”的全媒体生产流程。技术革新使赣南日报的媒体融合发展之路取得了渐进成效，发生了明显变化。赣南日报一方面给新媒体中心、影音新闻部配置先进的摄像、摄影、图像处理、无人机等专业采编设备；一方面升级改造网络带宽，提升新媒体产品的传播速度，加强业务技能培训，使赣南日报新媒体中心的全体采编人员手中有得心应手的“武器”，信心十足全员参与到技术融合的实践浪潮中来。

4.3.5 产业的融合

打造符合赣州实情的全息品牌，从而实现万物皆可互联的产业融合。赣南日报全方位整合媒体资源，逐步推出“全息报纸”“全息旅游”“全息农业”“全息工业”“全息生活”等全息系列，打造了“融媒体+政务+服务”的综合性平台——前端客户端和前端新闻网，全面提高各体平台协同编审、发布的效率，为产业融合发展提供了全新的可能。2020年，赣南日报新成立了数字产业部。5月底以来，赣南日报数字产业部尝试承办了

2020 年赣州市“赣品网上行”扶贫产品线上展销会暨电商扶贫直播节。“一起为脱贫攻坚助力，为赣南苏区拼单。”——赣南日报全媒体记者化身带货主播，百余种赣南特产上线展示销售，一条龙独立完成整个活动流程，为报业跨界经营和产业融合迈出了坚实的一步。

结语

从纸出发，融创未来。赣南日报勇于创新、大胆变革，不断提升党报核心竞争力，做大做强主流舆论，不断提升新闻舆论传播力、引导力、影响力、公信力，为奋力推进赣南革命老区高质量发展示范区建设提供有力舆论支持和强大精神动力。媒

参考文献

[1] 谭笑．跨媒体营销策划与设计 [M]．北京：中国传媒大学出版社，2016.
[2] 陈建华．网络媒体：三大优势和三大不足 [J]. 新闻实践，2000（10）：36-37.
[3] 王媛媛．融媒体环境下融媒体人才培养策略分析 [J]. 新闻战线，2018（24）：104-105.
[4] 陈宏坤 .5G 引领媒体融合走上快车道 [N]. 学习时报，2019-03-01（003）.
[5] 佘文斌．传统媒体在网络时代的生存与发展 [J]. 唯实，2002（6）：12-15.

作者简介：胡中（1982-），女，江西南康，记者，研究方向：媒体融合。

（责任编辑：胡杨）

（上接第88页）

内容，这不仅难以获得好的短视频播放量等，也在一定程度上影响了全媒体环境下的编发秩序。[12] 不利于全媒体编发的健康发展。

短视频制作者提升自身信息整合能力以及创新能力。例如在进行视频编辑制作之中，结合当下热门的话题进行讨论、宣传。例如在新冠肺炎防治期间，国人对各地疫情防控情况高度关注，在这时许多短视频的制作都是根据这一热点问题，进行信息的整合，进而制作相应的短视频内容，比如应当怎样做好居家隔离，又或是春节期间“卧室一日游”的视频，播放后得到人们好评的同时，也宣传了疫情期间不要串门，做好居家隔离的重要思想。正是因为其保证了视频内容的新颖性、趣味性的同时，结合当下热点问题，进行创新性创作，进而展现出正确的价值观导向，才能获得短视频创作的成功。

结语

综上所述，网络信息化的发展使信息传播的媒介与载体的形式等发生了巨大的变化，尤其是近几年各种手机短视频软件的发展，使短视频制作编辑在信息传播中具有越来越重要的作用。人们更习惯通过短视频分享自己的生活，进行信息的获取等，这就需要短视频编辑制作的质量不断提升，满足各个受众群体的需求，宣传正确的价值导向，保证作品的创新，促进全媒体编发的健康发展。媒

参考文献

[1] 马芸．短视频编辑制作在全媒体编发中的重要作用 [J]. 记者观察，2019（8）.
[2] 赵龙．浅谈高质量融媒体新闻短视频的制作 [J]. 传播力研究，2019（31）：112-112.
[3] 臧天宜．浅析新媒体视域下短视频的传播发展——以抖音短视频为例 [J]. 科技传播，2020（8）：153-154.
[4] 冯立华．试论新媒体时代新闻短视频生产及制作特色 [J]. 声屏世界，2020（9）.
[5] 李珊．新媒体环境下短视频传播特性发展现状及趋势 [J]. 安阳工学院学报，2019（5）.
[6] 黄增心，李昌元．新媒体原创短视频的受众心理分析及发展建议 [J]. 传播力研究，2019，3（32）：97.
[7] 饶文渊．走进媒体创意工场新华网制造 " 爆款 " 短视频的秘密都在这里 [J]. 广电时评，2019（9）：42-46.
[8] 呼东燕．新媒体时代新闻短视频生产与制作特色探析 [J]. 视听，2020（4）：182-183.
[9] 周越．移动新媒体环境下短视频的制作与传播 [J]. 新闻研究导刊，2020，11（8）：107-108.
[10] 杨罡，胡楚梦，余婷．新媒体视域下短视频制作的融合应用 [J]. 明日风尚，2018（12）：319.
[11] 杨晓帆．短视频制作的成功与否，在于对每一个环节的精益求精 [J]. 视听纵横，2020，194（1）：23.
[12] 何振华．自媒体时代下微视频的后期剪辑与制作创新 [J]. 艺术科技，2019，32（23）：52-53.

作者简介：李军（1979-），男，甘肃渭源，本科，编辑中级，研究方向：新媒体。

（责任编辑：张晓婧）